

# 全面通關

新年伊始，不少市民都喜購生肖或流年相關金飾珠寶擺設，倍添喜慶之餘，又可以提升運勢。金飾珠寶零售業界向香港文匯報表示，防疫措施放寬加上疫情受控，今年農曆新年市面氣氛較往年熱鬧，市民紛紛外出辦年貨，更願意為拜年聚會添購首飾打扮一番。內地客亦是香港金飾的大客，他們到港遊玩順便買金飾珠寶自用或送禮，內地與香港自1月初復常通關，陸續有內地客重臨，由於仍有每日配額限制，未見大量遊客或「大豪客」出現。今日起香港與內地全面通關，業界估計稍後才會迎來更多內地客到港，銷售額有望增長兩成。

◆文／圖：香港文匯報記者 曾業俊

# 旅客到港刺激消費 金店盼生意升兩成

## 周生生：期待內地豪客重臨

周生生港滙台區區域總經理李敏姬向香港文匯報表示，自從政府放寬社交距離限制，加上疫情趨向穩定，街上人流已明顯增加；農曆新年期間，又多了市民外出辦年貨，金飾珠寶的整體市道氣氛比之前輕鬆，賀年應節飾物都銷情不俗。市民一般都偏好於新年期間買金添喜慶，又喜愛配合流年運程購買助旺的生肖飾物，因此金飾和生肖飾物都是新年檔期內最受追捧的產品，銷情亦較好。尤其今年多了團年及拜年活動，顧客亦更多購買頸鏈、耳環、鑽石等飾物自用扮靚，作外出聚會之用。另外金片亦是受歡迎的應節產品之一，因為現時金價走勢強勁，有顧客購買金片作收藏和保值。

### 高鐵開通 冀新年後更多旅客

李敏姬透露，自1月8日內地與香港復常通關後，集團旗下分店已見有零星內地顧客到港遊玩並趁機辦年貨，當中有來自華南地區，偶爾亦有來自北京和上海的顧客。目前內地客數量暫時未算好多，相信因為內地客到港須辦理簽證，內地居民或未能及時處理；加上香港早前仍要求訪港旅客出示48小時核酸檢測陰性證明，旅客轉而考慮其他較易進出的地方，例如澳門。此外農曆新年期間，大部分內地居民都趕回鄉過年，寧願過年後才出境外遊。儘管如此，對比通關前遊客完全絕跡的困境，現時已是一大躍進；加上高鐵已經開通，香港與內地今日起全面通關，期望稍後有更多旅客到港。



周生生李敏姬看好有更多旅客到港。香港文匯報記者涂六攝

### 重新了解內地客消費需要

李敏姬續指，集團目前仍在觀望內地客的消費心態，正了解他們的購買需要。雖然內地客購買的單價不是特別大，但畢竟專程過關到港，都有購物心態，成交率相對高。近期到港購物的內地客都以自用為主，部分送禮給親戚朋友，預算大多都介乎幾千至萬多元水平，暫未見真正大豪客湧現。

## 六福：多了返內地的本地客

六福集團執行董事兼副行政總裁黃蘭詩向記者表示，就六福部分分店情況來看，內地與香港有序復常通關數日，購買金飾的內地顧客略有增加，多數顧客是經香港中轉，購買金飾作為禮物帶回內地，同時多了不少回內地探親的本地顧客。1月及2月有春節和元宵等重要節日，正是購買年貨和禮物的高峰期，吸引不少顧客向店舖諮詢及購買生肖吊墜、手鏈及幸運珠等產品。然而，政府數據顯示，目前通過陸路口岸到港的旅客數量僅佔配額不足百分之五，相信是受到農曆新年返鄉團聚影響，期望全面通關後，金飾珠寶零售有大反彈。

### 年輕客喜歡生肖飾物

黃蘭詩指出，集團每年都會推出多款生肖擺件及飾物迎新歲，除了講究風水的顧客特別喜歡與生肖配對的三合、六合生肖產品，亦多了不少年輕顧客來購買生肖飾物。而為慶祝農曆新年，六福推出金兔獻福系列，將大展宏「兔」的祝願融入多款黃金擺件、黃金串飾及黃金吊墜中，如「招福兔」擺件、「送福財神」不倒翁等。春節期間，集團在港滙台分店推出「金兔獻福千萬賞」抽獎、鑲嵌類首飾逾40%現金回贈、黃/鉑金工費優惠、指定黃金首飾低至6.5折等活動。



六福集團黃蘭詩稱，不少年輕顧客購買生肖飾物。

## 金店也嘆請人難

內地與香港全面通關，市場期望內地旅客重臨香港，金飾珠寶零售業亦正為此積極準備。周生生港滙台區區域總經理李敏姬指出，為迎接內地客到港，集團首先增加人手。過去幾年因為防疫限聚措施，店舖因此縮短營業時間，如果將來旅客重臨，會考慮提早開舖、延遲收舖，所以最大挑戰是人手。要延長營業時間，必需有足夠人手；惟目前人手不足，招聘成效亦一般，每次招聘成功吸納到的新員工人數有限，相信人手方面仍要慢慢調整。

### 調整產品種類 迎不同客源

李敏姬又指，貨品比例亦需要多少調整，因為本地客對飾物和婚嫁金器都有針對性喜好，華南地區顧客的喜好又與港人相似，因為大家文化背景相似；但來自北方如北京和上海的顧客，對產品需求則有些不同。因此集團會逐步調整各分店的貨品比例，增加適合北方人需要的貨品。她強調，集團本身於內地、港澳及台灣都有門店，已有產品系列針對不同地區居民

的喜好和需要，所以最主要是調整存貨比例，而不會特別推出更多適合旅客的產品。

景福集團行政總裁沈美蓮表示，雖然公司暫時未有內地零售業務，但一直都有內地宣傳團隊和宣傳平台，有好多推廣覆蓋社交媒體並涵蓋內地其他宣傳渠道。至於產品方面，公司除了有全新的金飾產品設計，亦有市面上比較少商家可以提供的產品。事實上，公司在疫情初期已於尖沙咀海港城開設新分店，其後又在沙田新城市廣場開立新店，兩間新店的策略定位都是以迎接遊客為目的，因為公司傳統上以本地客人生意較多，所以本來已經計劃爭取更多旅客生意。無奈在疫情期間，兩間店舖都無法發揮吸納遊客的作用，但在過去三年已打好本地客基礎，所以對未來前景仍然樂觀，相信這些在遊客區的店舖有助吸納遊客。

六福集團執行董事兼副行政總裁黃蘭詩指，集團一直積極招聘珠寶銷售顧問，近期利用不同渠道招聘，希望為所有顧客提供優質產品及服務。

## 首飾價格折扣料縮減

近年香港經濟因滯，訪港旅客近乎絕跡，各大金飾珠寶行都推出大減價促銷。不過今年內地與香港復常通關，零售業界又會否因遊客重臨而調整定價？

周生生港滙台區區域總經理李敏姬表示，金飾珠寶的零售價格受原料價格影響最多，2022年鑽石價格曾一度「飛升得好緊要」，年內好多商品價格錄顯著升幅，包括油、貴金屬及鑽石，這些都是影響零售商品定價的最主要因素。事實上，金飾珠寶的零售多年來的定價水平都大致穩定，所以如果上述因素不變，業界就無大幅調整價格的需要。反而優惠活動會有調整，過去幾年因為疫情，業界包括其公司都紛紛推出非常吸引的減價優惠以爭取本地消費，而本地客於過去幾年亦獲得大折扣，相信今年有機會稍微收緊折扣優惠，減輕公司的邊際壓力。

### 寶石價格年年上升

景福集團行政總裁沈美蓮表示，今年一定會調整商品價格，因為集團銷售的產品比較高端，極少會大

減價促銷，但集團仍會頻密留意市場上的寶石、美國寶石研究院(GIA)的價格變動和期權價格(Option price)變化，公司買手會根據這些信息而調整產品銷售價格。有些產品，例如顏色鑽、一些好罕有的寶石的期權價格每年都不會上調，集團只會考慮定價能否配合市場競爭力。但如果有些類別，如市場上的期權價格相宜，或者買手觀察到供應商下調價錢，集團都會按照市場情況而相應調整零售價，務求做到定價具競爭力且反映市價。

六福集團執行董事兼副行政總裁黃蘭詩指出，六福珠寶的工藝及多元產品令品牌收穫良好口碑，而集團的產品及服務均屢獲業界嘉許，為公司留下不少回頭客。節日期間，集團會推出不同的推廣活動，回饋新老顧客對六福珠寶的喜愛。她補充，黃鉑金產品及珠寶首飾，一般分為定價首飾及計重產品，定價首飾一般視乎產品的材質及工藝釐定價格，而計重商品價格則隨每日金價波動。

## 金價恐反彈 或壓抑消費

近年金價大上大落，最主要由於美聯儲加息步伐變換所致。信誠證券聯席董事張智威預計，隨著美聯儲一直放慢加息步伐，年內金價將繼續上揚，到今年中有機會停止加息，甚至轉頭減息，金價有機會升至2,200至2,400美元水平。金價升亦會令金飾價格隨之上升，需求或會減少，影響零售表現。

### 去年金價走勢反覆

張智威又表示，2022年金價走勢反覆，年初曾急衝逾2,000美元，至年底又回落至約1,600美元，近月重返1,900美元水平，對飾金價格和銷售帶來一定影響。

上海商業銀行研究部主管林俊泓指出，由於金不會派息，所以極易受加息影響，去年因為美聯儲不停加息，導致金價一度跌至1,600美元水平，但後來加息步伐減緩，金價隨之回升。此外，各國央行要求多元化資產，尤其以中國和俄羅斯為首的央行，持續多元化外儲，變相在加息周期尾聲時對金價帶來有力支持。

林俊泓估計，今年金價走勢將持續偏強，首先因為央行多元化外匯資產是穿越息口周期，無論加息抑或減息，上述計劃都應該會持續，因為該行動是策略性而非周期性考慮。另外，因為美國經濟有機會在下半年衰退，根據過往經驗，美國衰退時，黃金會表現理想，當然其間會有上落，但相信整體走勢偏強，估計現水平不是全年最高水平，金價有機會在年內重上2,000美元以上水平。他補充，由於黃金的需求量好細，亦好少有人用黃金抵押，即使金價持續上升，相信對經濟影響輕微。

## 景福：婚嫁系列銷售回復正常

景福集團行政總裁沈美蓮向香港文匯報指出，雖然實質銷售數據未見明顯差異，但通關後顧客心情比之前輕鬆，情緒轉趨正面。今年的農曆新年銷情比起過去三年的農曆新年有「少少進步」，惟1月份銷情仍然較慢，未及疫情前的農曆新年水平，亦暫未出現市場期望的「好大進賬」，相信主要由於通關後大量香港人回鄉過年，而內地居民又未開始到港旅遊。她透露，農曆新年檔期內，集團旗下店舖的名錶銷售情況與往年相若，因為顧客都好有實力，所以未受疫情影響，反而供應才會影響到銷情。另外，金飾銷情都不俗，因為前陣子金價回落，加上去年下半年政府大幅放寬防疫措施後，婚嫁數量明顯多了好多，金鉸、頸鏈等婚嫁系列產品的銷情都即時回復正常，加上金價剛好回落一段時間帶來助力，刺激金飾銷情理想。反而全球經濟氣氛不景，珠寶銷情大受影響，因為珠寶始終不是最迫切需要的東西，「幾有錢都好，其實心情都會受影響，覺得自己賺少啲，珠寶要搵錢盛世先會大起」，所以近年受最大打擊的是珠寶。



景福沈美蓮稱，婚嫁數量明顯多了好多，金飾銷情理想。

沈美蓮相信，內地旅客最快要農曆新年後才會重臨香港，因為內地人都優先回鄉探親，估計到2月或3月疫情回復平靜，才会有較多內地旅客到港。她強調，香港始終是最近和最方便內地人進出的國際都會，加上公司本身在疫情前已吸納到一批內地常客，深信如果內地居民恢復外遊，香港會是他們的第一站。

### 內地客好名錶 看好多銷兩成

沈美蓮對於內地客的消費能力充滿信心，指出集團比較多錶客，錶屬於比較高端的消費，而高端產品客人的抗逆能力相對較強，加上他們對名錶的追捧，相信消費能力會保持疫情前水平，只是「有和無」的差別。集團過往有大約兩成銷售額來自遊客，而疫情令遊客無法到港，該部分的銷售額亦隨之消失，估計現時通關之後，遊客重臨香港，可為銷售額帶來近兩成進賬。

### 黃金擺件「招福兔」

